

3. Novos fundamentos, propostas e perspectivas para o Design

É natural que ao fazer uma análise de qualquer temática contemporânea corra-se o risco da imprecisão ou da precipitação, já que não se tem um distanciamento temporal que permita enxergar certos matizes. Portanto, ao analisar um assunto atual, acaba-se por abordar transformações sutis e complexas que podem passar despercebidas por quem as está vivendo. Ou seja, parafraseando Oscar Wilde, “a vida é aquilo que acontece enquanto nós pensamos em outra coisa”.

Entretanto, ao abordar a história do Design, pode-se afirmar que nos países mais desenvolvidos a sociedade industrial, centrada sobre a produção de bens materiais em larga escala, estendeu-se por um espaço de tempo que durou, mais ou menos, de 1700 a 1900. Pode-se dizer também que, a partir da Segunda Guerra Mundial, verifica-se um novo período com a rápida afirmação de um rompimento por meio de um modelo sócio-econômico tipo “tudo novo”, que por comodidade muitos autores chamam de pós-industrial, cujos fundamentos se concentram na produção de bens imateriais: informações, serviços, símbolos, valores, estética etc. Na passagem do século XX para o XXI, este modelo revelou claramente algumas das suas características em relação às novas formas de economia, meios de informação e convivência. Destaco que é possível enumerar como fatores principais desta mudança o progresso tecnológico, o desenvolvimento planejado, a globalização e a escolarização das massas.

3.1 Novas perspectivas para o Design

Parece importante salientar como a prática recente no campo do Design está afinada a estas modificações globais; afinal os citados bens imateriais são elementos/valores comumente presentes num processo de Design. Para fins deste estudo, mostrou-se interessante analisar algumas perspectivas que fundamentam o Design contemporâneo, no intuito de averiguar se as modificações ficam restritas ao

terreno da prática profissional – como uma resposta imediatista às demandas por estes serviços – ou se, de fato, há uma base de argumentação e crítica nos fundamentos teóricos do processo projetual que também esteja de acordo com estas perspectivas de mudança. Selecionamos alguns autores, que estudam questões do Design contemporâneo, para tentar esclarecer estes questionamentos.

Segundo Findeli (2001)¹, chegamos a um momento que exige mudanças porque a filosofia da prática contemporânea em Design está em crise. Para o autor, tal aspecto crítico pode ser exemplificado através das visões pedagógicas dualistas das duas escolas lendárias: Bauhaus: “arte e tecnologia para a nova unidade” e a Escola de Ulm: “ciência e tecnologia para a nova unidade”².

Findeli argumenta que a origem da crise pode estar nos conceitos explicativos do Design - “arte aplicada” ou “ciência aplicada”- até hoje vigentes em muitas instituições. Ele associa as “artes aplicadas” ao conceito da tradição das artes decorativas, onde o termo “aplicada” se refere ao caráter utilitário dos artefatos que, por outro lado, também possuem o caráter artístico. O autor comenta que na Bauhaus o Design era considerado uma teoria artística (ou estética) aplicada à prática. Em contrapartida, ao se tratar do conceito “ciência aplicada”, o termo ciência deve ser entendido como uma disciplina fundamental a ser aplicada à prática. Este conceito aparece associado à escola de Ulm na qual o Design era considerado como sendo uma “aplicação” de ciências (humanas e sociais), ou seja: uma solução de Design poderia ser deduzida a partir de conhecimentos científicos obtidos em cursos teóricos.

Um bom exemplo dado pelo autor é este: até os dias atuais, em algumas escolas é ensinado que se o problema está bem formulado (se a pesquisa foi bem conduzida e os critérios funcionais estão bem estabelecidos), a solução aparecerá quase que automaticamente. Neste caso, a estrutura lógica mais aceita e praticada no processo de Design é a seguinte:

Uma necessidade ou um problema é identificado: situação A;

Um objetivo final ou uma solução é imaginada e descrita: situação B; então

O processo de Design é a ligação causal pela qual a situação A é transformada na situação B.

¹ FINDELI, Alain. Rethinking design education for the 21st century: theoretical, methodological, and ethical discussion In: **Design issues**, volume 17, number 1, winter 2001.

² Tradução livre. Grifo meu.

Para este autor, o problema da estrutura lógica processual não está no que ela “tenta aplicar” (arte ou ciência), senão em seus objetivos finais. Deste modo, Findeli tenta propor uma alternativa, dizendo que este modelo deveria transcender a “arte aplicada” ou “ciência aplicada”, chegando a noção de “propósitos aplicados”, ou seja: os propósitos da formação e da prática em Design. Para aplicar tal conceito devemos fazer os seguintes questionamentos:

- Para que meta-projeto (antropológico, social, cosmológico etc.) contribui um projeto ou um currículo de Design?
- Qual é a significação final de um projeto de Design?
- O Design pode encontrar sua “razão de ser” dentro de sua própria área e continuar autárquico?
- Quão autônomo o Design pode ser?

Todos estes questionamentos pertencem à esfera dos dilemas éticos e são de difícil abordagem. Porém, nesta parte da pesquisa me dedicarei a tentar identificar algumas diretrizes atuais, tanto da prática como da teoria em Design – principalmente aquelas que tentam oferecer contribuições significativas à sociedade – discutindo, também, algumas noções que parecem nortear a prática do Design em todas as suas manifestações contemporâneas.

3.2

Buscando Respostas: ampliando o conceito de sustentabilidade

Já foi dito mais acima que a passagem do século XX para o XXI revelou algumas características em relação às novas formas de economia, de meios de informação e de convivência. Na década de 90, apareceram no cenário global questões relativas à compatibilidade ambiental e ao desenvolvimento sustentável. Como já abordei também, merece destaque o Rio 92, fórum global com sede no Rio de Janeiro, que se propôs a discutir temas relativos à manutenção e à garantia da vida na Terra durante as próximas décadas.

Nesta época, no campo do Design, assistimos às discussões sobre a tecnologia apropriada a cada contexto sócio-econômico e as preocupações com o desenvolvimento orientado às necessidades dos países. Estes fatores se refletiram no conceito de gestão de Design envolvendo a valorização da idéia de viabilidade técnica e financeira local e a adequação de materiais visando a sustentabilidade ambiental. Surgiu então o conceito de ‘desenvolvimento sustentado’ que, na área do Design, foi tema do Congresso do ICSID de 1997: “*Não se trata do mundo do Design, mas sim do Design para o mundo, incluindo aqui os seres humanos*” (Prina., 1977, p6)³.

Acredito que o conceito de sustentabilidade, que transcende o domínio do Design, é uma das diretrizes mais importantes a ser analisada, se quisermos compreender os paradigmas do Design contemporâneo. Porém, este conceito não possui uma teoria central categoricamente formulada, apresentando-se somente como idéia de um tipo de desenvolvimento que contemple necessidades presentes sem comprometer a capacidade das futuras gerações de também satisfazerem as suas. Este conceito, de modo geral, agrega estudos sobre ecologia, antropologia, sociologia, psicologia, informática etc. (Ritto, & D’Arinos, 2001)⁴.

O conceito de sustentabilidade apresentado agrega um fator importante para esta pesquisa. Nele, a noção desenvolvimento não implica, necessariamente, um crescimento financeiro, como pretende fazer crer o discurso neo-liberal mercadológico globalizador, que elege o mercado – demanda com poder de compra – como o grande alvo de crescimento a ser atingido. Isto porque tal discurso se esquece, na maioria das vezes, que as efetivas oportunidades de desenvolvimento encontram-se em regiões e grupos sociais excluídos do processo econômico, com demandas não atendidas, estas sim crescentes. Na verdade, tais demandas, se atendidas, poderiam se configurar um dia como novos mercados, a partir da inclusão de seus integrantes no conjunto de atores econômicos. Vale mencionar que esta noção é conhecida como o “Paradoxo do Mercado” (Handy, 1994 in Ritto & D’Arinos, 2001).

Seguindo este raciocínio, enfatizo que o conceito de sustentabilidade aponta para a direção da qualidade de vida; enquanto que na noção de crescimento está

³ PRINA, A. Design Menagement. In: **ICSID Congress**, 1997, Itália. Anais, Itália, 1997.

⁴ RITTO, A; D’ARINOS, L. O Design e as organizações em um ambiente de novos paradigmas In: **Estudos em Design**, volume 9, número 1/2, 2001, p 87-96.

implícita, apenas, a idéia quantidade. Neste sentido a mudança de paradigma aplica-se às idéias já ultrapassadas de *mais* e *maior* substituídas pelos conceitos mais ‘sustentáveis’ de *suficiente* e *melhor*.

Aqui, surge um desafio para o Design, no que diz respeito à definição de seu campo de atuação e atividades a serem desenvolvidas, já que os produtos físicos serão cada vez mais substituídos por produtos desmaterializados como forma de atender às demandas por sustentabilidade. Agora, segundo Ritto, além da reciclagem e do aproveitamento racional de materiais e energia no projeto e na produção, destacam-se também os seguintes parâmetros a serem levados em conta num processo de Design (Ritto & D’Arinos, 2001).

- Extensão de vida dos produtos (manutenção, reparos, comercialização de produtos de segunda mão etc.);
- Compartilhamento de produtos (aluguel de bens e compartilhamento de equipamentos em locais pré-definidos – lavanderias self-service etc.)
- Serviços desmaterializados propriamente ditos (notícias e música via rede, email, transações eletrônicas etc.)
- Serviços de resultados (transporte coletivo, telões coletivos etc.)

Estas propostas têm o objetivo de reduzir a utilização de produtos que podem ser agora substituídos por serviços. E esta noção também pode ser estendida ao consumo: agora a *posse* é substituída pelo *uso*.

Acredito que os conceitos acima descritos trazem modificações profundas para o campo do Design. Deste modo, o modelo denunciado por Findeli anteriormente – o processo de Design como uma ligação causal pela qual a situação A é transformada na situação B – já parece ultrapassado. Este conceito falha na abordagem de projetos nos quais os usuários estão mais exigentes, os parâmetros de projeto estão mais complexos, onde o resultado deve, na maioria das vezes, ser abstrato e, além de tudo, onde estão envolvidas algumas questões que exigem do designer um claro posicionamento ético.

Gostaria, ainda, de tocar num ponto crucial nesta questão da sustentabilidade. Para isso, voltemos ao ponto onde Findeli defende a noção dos propósitos apropriados. O autor indaga quais seriam os propósitos adequados às novas gerações. Parece estar claro que, ao abordar este assunto, a questão do meio-ambiente é essencial. Porém, uma demasiada ênfase na degradação da biosfera leva-me a detectar

um outro problema importante a ser abordado neste estudo: a degradação social e cultural (simbólica) das condições humanas. Isto porque a idéia de um mundo sustentável envolve também as questões da desigualdade social e da massificação cultural.

Sobre este assunto Findeli (2001) comenta que a “responsabilidade em Design” significa que os designers deveriam estar conscientes de que, a cada vez que se envolvem num projeto, eles estão “recriando o mundo”. Exagero ou não, o que se torna interessante nesta discussão é o argumento de que, assim como vários produtos mal projetados esperam para serem concebidos por designers responsáveis para passar a corresponder não somente às necessidades senão as aspirações, desejos etc. de seus usuários; também há serviços imateriais esperando para serem alvo de designers. Ou seja: designers também podem projetar sistemas complexos ou produtos desmaterializados como a diminuição da burocracia de hospitais e serviços públicos, ou estratégias para abordar acidentes de trânsito, ou problemas de saúde, de violência etc.

3.3

Antepassados memoráveis

Associar o ofício do *fazer* e do *projetar* à questão dos valores e das necessidades sociais não é recente. Em meados do século XIX, John Ruskin já comentava a relação da ética com a estética. Partindo de idéias coletivistas, Ruskin fez uso de uma concepção de estética sempre associada à ética do trabalho para idealizar uma sociedade voltada para o trabalho. Este pensador possui uma visão bastante pessoal da estética, que deriva de sua concepção de uma ética do trabalho intimamente associada ao gosto dos trabalhadores. O resultado desta visão é uma forma construída coletivamente. Como importante referência política e filosófica de sua época, Ruskin foi contra a divisão do trabalho levada ao extremo, o que, segundo ele, diferencia e hierarquiza quem faz de quem pensa, sendo o autor também contra a diferença entre as artes liberais e mecânicas.

É importante mencionar, ainda, William Morris. Contemporâneo, porém diferente de Ruskin, Morris queria a extinção da sociedade de classes e a instauração

de uma sociedade socialista. No entanto, a estética industrial para Morris equivalia à ética do trabalho ruskiniana. A arte na indústria, para ambos pedia o fim da fábrica voltada aos interesses do mercado e uma volta aos interesses de bem-estar da sociedade. Ruskin dizia que a vida sem a indústria é um atraso, mas a indústria sem arte é uma brutalidade. Ruskin, Morris e os demais participantes do Movimento *Arts and Crafts* queriam transformar a sociedade através da educação estética voltada a produção industrial (Morris, 1975)⁵.

Como mencionado no capítulo anterior, há que se destacar que o primeiro manifesto de Design Gráfico foi publicado em 1964 pelo designer inglês Ken Garland. O manifesto *First Things First* já levantava questões como a missão do designer Gráfico, a necessidade de questionamento da ordem vigente e o papel do designer como um formador de opinião, com um discurso ativo na produção de contribuições significativas à sociedade (Holland, 2001)⁶.

Trazendo a questão para uma época mais recente, em 1993, Nigel Whiteley lança seu livro *Design For Society*, onde tenta examinar a ideologia do Design na nossa sociedade. O autor argumenta que historicamente, dentro do Design, esta linha investigativa possui precursores memoráveis, e sua grande relevância está no fato de que existe uma direta e inevitável relação entre o planejamento de uma sociedade e a “saúde” desta mesma: De, fato, o Design é uma manifestação da situação social, política e econômica vigentes; ou seja, o Design está muito mais embasado numa relação com a sociedade do que apresentado apenas como uma área de estudo que sustenta a si própria (Whiteley, 1993)⁷.

Em um outro texto, Whiteley (1998)⁸ esclarece que tais preocupações em nosso século, têm origem nas idéias defendidas pelo Construtivismo e pelo Produtivismo russos após 1917, idéias essas revigoradas em 1968 pela ação política do *Atelier Populaire* em Paris. Numa interpretação peculiar deste autor, o radicalismo do final da década de 60 deu lugar ao designer responsável da década de 70, principalmente a partir da publicação do livro de Papanek – que lançava a proposta

⁵ MORRIS, William. *Arte y Sociedad Industrial*. Valença: Fernando Torres Editorial, 1975, p. 68.

⁶ HOLLAND, DK. Keeping Promises: The impact of Brands on society. In **Design Issues**. Canada: Allworth Press, 2001.

⁷ WHITELEY, N. **Design For Society**. London: Reaktion Books, 1993.

⁸ WHITELEY, N. O designer valorizado In **Revista Arcos**, volume 1, número único, 1998.

dos designers assumirem um papel social construtivo e intervencionista em oposição às forças consumistas. Whiteley conta que a reedição deste livro, na década de 80, encontrou respaldo em uma nova geração de designers cada vez mais voltados para questões ambientais. O designer ecológico da década de 80 deu lugar, por sua vez, ao designer ético da década de 90, o qual encara todo o Design como um fenômeno intimamente ligado ao consumo e, portanto, ao sistema social e político do Ocidente moderno. Ao fazer tais afirmativas, Whiteley ressalta que, apesar da grande simpatia suscitada por este modelo, deve-se reconhecer que sua aplicação pode tornar-se dogmática, dualista e exclusivista, já que o tipo de pensamento binário por trás destas idéias costuma gerar tanto sua força quanto sua fraqueza. No entanto, e apesar de tudo, o autor acredita que tal modelo possui um teor louvável em termos de valores de consciência social e política.

3.4

Propostas para atuação

A pergunta que cabe é: Quais são as diretrizes que fundamentam uma prática em Design envolvida com situações de interesse público? Selecionei alguns autores que tentam responder a estes questionamentos pontuando, em seus argumentos principais, diferentes enfoques de abordagem da questão.

Whiteley (1998) oferece sua alternativa discutindo, principalmente, como deveria ser a formação deste profissional. Ele acredita que para atuar dentro desta perspectiva é necessário que o designer seja criativo, construtivo e independente e que não seja nem “lacaio do sistema capitalista”, nem ideólogo de algum partido ou doutrina, muito menos um “geninho tecnológico”. Este profissional deve ser capaz de desempenhar seu trabalho com conhecimento, inovação, sensibilidade e consciência. Whiteley argumenta que as escolas e faculdades devem satisfações a toda a sociedade e não apenas àquelas empresas que empregam designers diretamente. Desse modo, o designer deve ser formado para ser verdadeiramente profissional, no sentido da profissão de um médico, para ter consciência das suas obrigações para com a sociedade como um todo e não apenas para com os lucros do seu cliente. Para este tipo de profissional, a teoria e a prática tenderiam a se interpenetrar e a se unir

com frequência, mas, a distinção entre uma e outra não desapareceria. O fundamento essencial unindo a teoria e a prática nos trabalhos realizados, seria a consciência crítica e rigorosa da questão dos valores (grifo do autor).

Assim, na formação destes designers existiria uma prática informada pela teoria e a teorização como prática. Nos projetos desenvolvidos em sua formação acadêmica o designer seria estimulado a fazer uma reflexão sobre a natureza do problema em termos dos seus princípios e valores implícitos e do significado destes para a área do Design, para o papel do designer na sociedade e para uma sociedade que se rege para o consumismo. Para isso o aluno de Design precisaria tomar conhecimento da relação entre o capitalismo tardio, o consumismo e a pós-modernidade. Deve estar consciente, por exemplo, do impacto da prosperidade, do consumismo e da questão do estilo de vida como forças sociais e culturais no sentido mais amplo, não apenas em termos da segmentação de mercado e colocação de produto. É importante que o aluno perceba a maneira em que as idéias estão sempre mudando: que entenda de onde vieram, como mudaram e que rumo poderão tomar no futuro.

Esta compreensão deverá transformá-lo indiretamente em um designer mais eficiente, a medida em que torna o aluno menos propenso a gerar soluções aleatórias com base em suposições errôneas ou incompletas e melhor posicionado para gerar soluções informadas, abrangentes e completas com base em uma compreensão profunda dos valores que dão origem ao projeto de Design (Whiteley: 72, 1998)⁹

Whiteley finaliza seus argumentos definindo o profissional com estas preocupações como “designer valorizado”, já que possui uma visão crítica dos valores que fundamentam o Design, sendo ainda um profissional audaz e corajoso: disposto a defender ideais sociais e culturais mais elevados do que o consumismo a curto prazo, com sua bagagem obrigatória de degradação ambiental. Portanto, para Whiteley, o “designer valorizado” deve enxergar no Design o potencial de contribuir para uma qualidade de vida melhor e mais sustentável, e neste sentido este profissional teria melhor consciência de seu próprio valor.

Findeli (2001)¹⁰ tenta esclarecer a questão propondo uma diferente maneira de abordagem de problemas. O autor explica que com a separação recente do conhecimento humano em dois setores principais – Ciências Biológicas e Ciências do

⁹ WHITELEY, N. O designer valorizado In: **Revista Arcos**, volume 1, número único, 1998.

¹⁰ FINDELI, Alain. Rethinking Design education for the 21st century: theoretical, methodological, and ethical discussion. In: **Design issues**, volume 17, number 1, winter 2001.

Artificial – foi possível trazer mais originalidade à Teoria do Design: conseguimos reverter a situação causal onde o processo de Design é a ligação causal pela qual a situação A é transformada numa situação B - subvertendo o conceito de projeto. Assim, ao invés do conceito já argumentado de ciência aplicada o autor propõe o termo “ciência envolvida”, situada, incluída, já que este modelo considera que a pesquisa científica e as atitudes devem estar dentro do projeto e da prática desta maneira um modifica o outro e vice-versa. Este modelo também pode ser entendido como “reflexão em ação”. Então, dentro do conceito de “ciência envolvida” uma nova estrutura lógica para o processo de Design é proposta (grifo do autor):

- Ao invés de um problema, tem-se: situação A de um sistema;
- Ao invés de uma solução, tem-se: situação B de um sistema; então:
- O designer e o usuário são parte do sistema.

Neste modelo a atribuição do designer é compreender sua morfologia dinâmica: sua inteligência. Nele, o designer não pode atuar “sobre” um sistema e sim “com” um sistema. Ele não pode ir contra a inteligência do sistema e sim encorajá-la ou desencorajá-la a prosseguir desta maneira. Neste modelo, a situação B é, dentre várias possibilidades, a selecionada pelo designer e pelo usuário como sendo a mais adequada de acordo com uma série de valores. Conseqüentemente, a situação B é meramente transitória, mais ou menos estável dentro de um processo dinâmico: nunca uma solução. Conclui-se então que a produção de um objeto material não é a única maneira de transformar a situação A na situação B. E, já que o usuário e o designer estão envolvidos no processo, ao final eles também se sentirão transformados e esta dimensão de aprendizado deve ser considerada como parte do projeto.

Margolin (2002)¹¹, também aborda a questão do Design relacionado à diminuição de problemas sociais, apontando alguns problemas deste enfoque dentro do Design e propondo um modelo de atuação prática nestas questões. O autor inicia sua análise constatando que muitos produtos projetados para o mercado de consumo também solucionam uma necessidade social, porém o mercado não pode se responsabilizar por todas as necessidades sociais, já que estas incluem as populações que não constituem a classe de consumidores no sentido de mercado, ou seja: as

¹¹ MARGOLIN, V. A 'Social Model' of Design: Issues of Practice and Research. In: **Design Issues** v.18 n. 4, abril. 2002.

pessoas mais pobres ou com necessidades especiais devido à idade, à saúde, ou aos problemas físicos.

Para Margolin, com os esforços iniciados depois da publicação do livro de Papanek em 1972, ficou claro que existe uma vertente do Design que é oposta ao desenvolvimento de produtos orientados exclusivamente ao mercado, porém, infelizmente, estes esforços não conduziram a um novo modelo da prática social. Se comparando ao volume pesquisado e desenvolvido no “modelo de mercado”, houve pouca pesquisa sobre um modelo de Design de produtos preocupado com as necessidades sociais.

Para esta pesquisa, as colocações de Margolin são importantes porque demonstram como é possível oferecer contribuições significativas à sociedade partindo do âmbito do Design. Para abordar as necessidades das populações marginais, o autor descreve a prática do “trabalho social”, onde um designer atuaria em conjunto com um grupo de trabalhadores sociais que fariam uma análise do que ocorre no *sistema cliente* (pessoa, família, grupo, organização, ou comunidade), e os aspectos dentro do ambiente com o qual o sistema cliente interage. Os variados aspectos que afetam o funcionamento humano são: o biológico, o psicológico, o cultural, o social, o natural, e o físico/espacial. Na visão deste autor, seria exatamente no aspecto físico/espacial onde deveria intervir um designer atuante no que ele denomina “Modelo Social de Design”, já que o aspecto físico/espacial, abarca todas as coisas criadas pelos seres humanos, tais como: objetos, edifícios, ruas e sistemas de transporte. Margolin comenta que os arredores físicos inadequados e os produtos inferiores podem afetar a segurança, a oportunidade social, o nível de tensão, o sentido de pertencimento, a auto-estima, ou ainda a saúde física de uma pessoa ou de várias pessoas numa comunidade. Um ajuste pobre, com um ou mais aspectos dominantes pode estar na raiz do problema do sistema cliente, criando assim uma necessidade humana.

O autor prossegue definindo este método de trabalho, próprio das ciências sociais, onde os participantes tendem a seguir um modelo da *prática do internista*, um processo de solução de problemas que compreende seis passos: Contrato (compromisso), Análise, Planejamento, Implementação, Avaliação e Finalização.

Margolin continua sugerindo algumas opções de como um designer poderia colaborar com uma equipe de trabalhadores sociais. Ele argumenta que durante a

fase da análise, o designer, como membro de uma equipe de intervenção ou como consultor, poderia identificar os fatores que contribuem para um problema. Na fase do planejamento, um designer poderia desenvolver as estratégias de intervenção relacionadas com o ambiente físico. Durante a implementação, o designer poderia desenvolver um produto necessário ou projetá-lo trabalhando junto com o sistema cliente.

Por fim, este autor defende que profissionais de outras áreas e designers que desejam desenvolver um trabalho social responsável poderiam encontrar maneiras de trabalharem juntos. Margolin crê que os designers encontrarão aliados nas profissões relacionadas com a saúde, a educação, o trabalho social, o envelhecimento e a prevenção do crime, dentre outras.

3.5

Propostas no contexto brasileiro

Considero como um significativo interesse deste estudo analisar uma proposta nacional, aproximando a questão ao nosso contexto e permitindo uma melhor compreensão de suas implicações e desdobramentos. Descrevo, a seguir, um estudo sobre propósitos, forma de atuação, setores implicados e público alvo proveniente de pesquisadores brasileiros, já que este tipo de abordagem de problemas de Design vem sendo praticada no Departamento de Artes e Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio – há cerca de vinte e quatro anos. Nesta instituição, a referida prática recebe o nome de “Design em Parceria” e segundo a Professora Rita Couto (2003)¹², vem sendo registrada sob a forma de artigos, dissertações e relatórios de pesquisa por professores, alunos e ex-alunos.

Couto realizou em 1991¹³ um levantamento bibliográfico e documental que englobou manuscritos, depoimentos e entrevistas com professores deste departamento tendo como intenção obter uma visão sobre os fundamentos do

¹² COUTO, R. Memórias sobre o Design em parceria na Puc-Rio. Rio de Janeiro: 2003.

¹³ COUTO, R, Ribeiro, F. Ensino de Disciplinas de Projeto em Curso de Design sob o Enfoque do Design em Parceria. PUC-Rio, 1991.

Design em Parceria na PUC-Rio¹⁴. Numa das entrevistas, o professor Ripper esclarece que foi a partir de 1982 que se iniciaram na PUC-Rio os trabalhos vinculados ao meio social. Antes desta data, a população alvo era meramente imaginada e as necessidades que geravam os produtos em sala de aula eram simuladas e norteadas pela busca da complexidade crescente. O professor argumenta que esta abstração do contexto real acabava por gerar resultados sem significado social e, além de tudo, o fato representava uma contradição em um departamento vinculado ao Centro de Ciências Humanas. Segundo este professor, o modo de projetar hoje reconhecido na PUC-Rio como 'Design em Parceria', não foi imposto. Surgiu naturalmente, já que os alunos foram sendo orientados a procurar seu tema de projeto fora do contexto da universidade (Couto, 2003).

Numa tentativa de esclarecer esta prática projetual, Ripper argumenta que o pragmatismo inerente aos sistemas produtivos vinculados ao modelo industrial imprime um ritmo acelerado à produção de objetos novos que, por sua vez, acham-se em contínua mutação e expansão. As diferenças entre o Design Industrial e o Design em Parceria, então, ficam por conta deste modelo produtivo que o Design Industrial tem submetido à civilização urbana, onde existem sucessivas gerações de produtos comuns apoiadas por técnicas de marketing sofisticadas que não levam em conta a situação sócio-econômica e tecnológica da sociedade envolvida neste ciclo de produção e consumo. Deste modo, os usuários são submetidos a tal ciclo, não participando das decisões sobre os produtos a eles dirigidos.

No âmbito do ensino os projetos realizados sob o enfoque do Design em Parceria, propõe-se uma inovação que consiste em introduzir, em praticamente todas as etapas do processo de projeto, que objetiva produtos práticos, a participação efetiva de elementos da população alvo, ou seja, os usuários dos produtos, como pontua Couto. Com esta postura, o Design em Parceria tenta contornar a situação da população de usuários marginalizada em relação aos produtos a ela dirigidos.

Sobre a postura profissional, Ripper diz que esta atividade é realizada em estreita relação com a população envolvida, onde tem-se a oportunidade de descobrir temas autênticos e soluções apropriadas, sempre em consonância com os anseios e necessidades desta população. Por seu turno, a professora Ana Branco, também entrevistada, comenta, que a participação dos indivíduos e a expressão de suas metas

¹⁴ O Design em Parceria também é denominado de Design Social.

e desejos faz parte do modo de ver o objeto como fruto de um trabalho interativo entre o designer e o usuário (Couto, 2003).

Sobre o método projetual, Ripper argumenta que é algo complexo e sua escolha está ligada ao momento histórico, às circunstâncias do meio e do tempo e à personalidade da pessoa que está conduzindo o trabalho. Nesta abordagem, um método não deve ser imposto a um meio, e sim, adaptado às suas especificidades. Então, pode-se dizer que não existem métodos específicos para o Design em Parceria. O que existe é uma atitude que reforça ou enfatiza a interação entre o designer e a população alvo.

Para o professor Ripper, após a realização dos primeiros protótipos, deve-se dar destaque especial à observação do indivíduo ou do grupo enquanto o mesmo interage com o objeto que está sendo para ele projetado. Esta etapa do processo projetual permite o entendimento amplo do efeito do objeto. Com isso, fica entendido que o referido objeto só tem expressão quando incorporado a um contexto social em funcionamento. Portanto, a observação do objeto nestas condições permite a crítica revitalizadora do processo de projeto e a percepção do objeto como algo em transformação.

Abordando a questão dos setores onde esta prática pode ser desenvolvida, o professor Ripper esclarece que o modo de trabalhar proposto pelo Design em Parceria se opõe à forma pela qual o próprio trabalho está distribuído em nossa sociedade. Ao demandar mais tempo para a sua execução, participação efetiva da população de usuários e desprendimento em relação a prazos muito rígidos, esta prática não consegue enquadrar-se nos modelos de organizações de prestação de serviços que, normalmente, atuam na área do Design. Diante desta realidade, Ripper pondera que o Design em Parceria encontra no meio universitário seu campo de atuação por excelência, pois permite ao pesquisador administrar as potencialidades imanentes da atividade, sem a premência da ciranda industrial e do mercado.

Segundo Couto, neste aspecto, este processo projetual tem algumas implicações que precisam ser consideradas, já que, no Design em Parceria, inicia-se o projeto de um objeto sem a preocupação com a produção industrial ou com a produção em série. Conseqüentemente, na maioria das vezes, o objeto não oferece possibilidades técnicas para ser produzido industrialmente. Entretanto, isto não significa que o objeto não possa vir a ser preparado para esta possível produção. A

dificuldade não reside nas possibilidades técnicas da indústria ou do objeto, e sim na identificação de um produtor que tenha interesse em produzi-lo.

Sobre o público alvo, a autora diz que os locais super-servidos (shoppings, grandes hospitais, grandes fábricas etc.) não têm se mostrado interessados no tipo de trabalho que o Design em Parceria propõe, provavelmente porque possuem toda uma rede de serviços que atendem ou encobrem as necessidades mais próximas do ser humano, justamente aquelas que poderiam ser abordadas neste tipo de trabalho.

Desta forma, Couto conclui, que o Design em Parceria atende, preferencialmente, aqueles setores da sociedade que não são normalmente visados pelo sistema convencional de produção. Seu campo de atuação envolve, principalmente, associações de bairro, instituições beneficentes e de pesquisa, hospitais, agremiações, museus, escolas e quaisquer entidades outras, receptivas à colaboração extrema, aspecto fundamental para a maneira de se atuar em Design em Parceria, que é eminentemente participante.

Após a realização deste estudo sobre as perspectivas para a prática do Design relacionada aos interesses públicos, discuto no próximo capítulo delimitações para os conceitos abordados nesta pesquisa.